

Una visión diferente

En el marco del seminario sobre Ética y Calidad en la Gestión Empresarial organizado por el IAPG, Luisa Montuschi, Directora del Departamento de Dirección de Empresas, UCEMA, aportó una visión crítica y polémica acerca de la responsabilidad social de las empresas y de la brecha que existe hoy entre los principios y las acciones. Estos son algunos de los conceptos más importantes de su presentación en el panel que compartió con destacados especialistas, economistas y empresarios de la industria.



Por *Luisa Montuschi*

El tema de la responsabilidad social de las empresas, en Argentina a partir del 2000 se puso de moda, pero en el mundo a partir de los 90 se había empezado a discutir, pero en realidad es mucho más antiguo que eso. Hubo una polémica muy vigorosa en los años 70, y que prácticamente se derivaba de otra anterior de los años 50. El principal actor de esa polémica de los 70 cuyo pensamiento ha llegado al día de hoy y ha tenido muchas influencias es Milton Fridman, Premio Nobel de Economía, que en los años 70 publicó un artículo que aparece reproducido en todos los textos de ética en los negocios, cuyo título lo dice todo: "La única responsabilidad social de las empresas es aumentar los beneficios".

Los puntos principales de la posición de Fridman aparecen enunciados acá:

Los directivos de las empresas lo que tienen que hacer es conducir los negocios de la empresa de acuerdo con los deseos de sus accionistas. Esto se conoce como el argumento del agente leal: que dice que un agente leal debería

conducir el negocio de acuerdo con lo que haría el dueño, si tuviera capacidades y conocimientos. Y que exactamente es lo que haría el dueño? Conduciría el negocio de forma completamente egoísta a favor propio, bueno eso es lo que debería hacer el empleado. Este es un argumento éticamente inaceptable, de todas maneras eso es lo que dice Fridman, pero también agrega que debe manejarse con las reglas básicas de la sociedad: ya sean las legales, las sociales y las de los usos éticos.

Que no debería hacer un directivo de empresa? Da una serie de ejemplos: nunca debería incurrir en gastos para reducir la contaminación, ni dejar de subir los precios de sus productos para contribuir algún objetivo de control de la inflación, o tomar a desempleados de largo plazo en lugar de personal calificado para con ese objetivo de luchar contra la pobreza. Y ¿por que no deberían hacerlas? Porque si el directivo de una empresa hiciera eso estaría gastando el dinero de los accionistas reduciendo sus dividendos, estaría de esta forma imponiendo un impuesto a los accionistas, lo cual en una sociedad libre es inaceptable, porque se estaría usurpando funciones del gobierno tanto en lo legislativo como en lo ejecutivo y eso sería subversivo en una sociedad libre, dice Fridman.

El pensamiento de Fridman, varios años antes había sido expresado en una forma mucho más cruda, por Teodoro Levy profesor de Harvard, que dice que la sociedad y el bienestar no es el negocio de las empresas, porque el único negocio de las empresas es hacer dinero. Pero fíjense que algunos años después Around que también fue Premio Nobel, y es también una autoridad como Fridman, aunque

no goza de las dotes de comunicación y de difusión de éste, había publicado un artículo donde cuestiona los puntos de vista de Fridman, y dice que maximizar los beneficios sólo tienen sentido cuando estamos hablando de mercados competitivos, pero cuando hablamos de mercados imperfectos, como la mayoría de los mercados de las economías actuales no tiene justificación social, porque eso daría lugar a distribuciones del ingreso totalmente inequitativas.

Por otro lado dice: porque vamos a desechar las motivaciones altruistas, que puedes ser tan válidas como las egoístas, porque tengan en cuenta que la regla de maximizar beneficio pueden ser muy ineficientes desde el punto de vista social cuando se dan dos efectos que suelen darse o sea que nos son teóricos. Uno es el que en economía denominamos eternalidades negativas, los ejemplos pueden ser contaminación y congestión.

Que quiere decir eternalidades negativas? Que los costos sociales son mayores que los costos privados y eso implica que los soporta la sociedad no la empresa.

Y el segundo punto es que hay asimetría de información entre los vendedores y los compradores, porque los vendedores tienen mucha más información que los compradores, por lo tanto uno de los principios básicos de la competencia perfecta no se estaría cumpliendo. Around agrega, en esas situaciones es deseable cierta idea de responsabilidad social ya sea ética, moral o social.

Cambios en el contrato social

Por esos años también apareció un artículo de un profesor de la Universidad de Columbia, que dice que existe un contrato social implícito entre la empresa y la sociedad porque la sociedad establece las normas que permiten operar a las empresas y esas normas están de acuerdo con los objetivos que prevalecen en cada período.

Fijense que esto lo decían en los años 70, porque antes de esos años, el objetivo era el rápido crecimiento económico y si ese es el objetivo maximizar beneficios tiene sentido, pero para los años 70, lo que se pretende es una mejora en la calidad de vida y en la preservación del medio ambiente, entonces ya el objetivo de maximización de beneficios no respondería a esta idea que debería prevalecer.

Por lo tanto hay que modificar el contrato social e internalizar los costos sociales en los análisis de costo-beneficio. Otro profesor de la universidad de Texas escribía que: hay una responsabilidad social que se deriva del poder social que tienen las empresas, porque las empresas con sus actividades de algún modo afectan a otros sectores de la sociedad, de modo que el responsable de las decisiones de la empresa no debe servir solo a la empresa sino que también debe proteger y mejorar los intereses de la sociedad en la que opera. Esto se decía en los 70, pero parecería que esa discusión quedó limitada al ámbito académico, hasta que en los 80, en 1984, aparece un trabajo de otro profesor, donde introduce el concepto de state holders, cuya definición es que comprende a todos aquellos involucrados o con intereses en el negocio que incluyen los accionistas, los trabajadores, los clientes y las comunidades donde operan las empresas.

Sobre la base del concepto de state holders podemos

plantear dos definiciones de responsabilidad social empresarial. La primera nos habla del éxito comercial de modo que se respeten los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente. Otra dice que la responsabilidad social de las empresas es maximizar su impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre los state holders.

Componentes de la RSE

De acuerdo con los autores más prestigiosos de la ética en los negocios, la responsabilidad social empresarial tiene cuatro componentes:

La responsabilidad legal, es decir cumplir con todas las leyes y regulaciones del gobierno, esta es la ética codificada, es decir aquella parte de la ética que esta incorporada en las leyes.

La responsabilidad ética, es decir el comportamiento aceptable hacia los state holders, hacer lo justo, lo equitativo, más allá de lo que indican las leyes. Esto es importante, porque algunos autores dicen que a los directivos de las empresas no se le puede hacer cumplir más allá de lo que indican las leyes, pero el argumento tiene cierta validez en caso de países como Estados Unidos, porque allí la mayor parte de lo que la sociedad acepta como comportamiento ético, esta incorporado en la legislación, por tanto, es adecuado que se diga que se cumpla lo que dice la legislación. Pero en nuestros países, y mismo en Estados Unidos como pasó con el escándalo Enron, existen falencias en las leyes que generan acciones que no necesariamente son ilegales. Allí a partir de este caso, la ley fue modificada inmediatamente como respuesta, es decir había cosas que Enron hizo que no necesariamente son ilegales pero tenían falta de ética

La responsabilidad económica que sería la distribución de los recursos de la economía para maximizar los beneficios de los state holders, la riqueza y bienestar.

La responsabilidad filantrópica, que son las contribuciones de las empresas a la calidad de vida y al bienestar de la comunidad en la cual opera.

Nuevas perspectivas

En la actualidad ha habido desarrollos recientes que plantean nuevas perspectivas para la responsabilidad social de las empresas y ellos son:

Procesos de globalización, que han introducido cambios en los modelos de negocios de los gobiernos corporativos. Como parte de esos cambios, hay un interés creciente en la respuesta de las sociedad y en la sostenibilidad del ambiente. Eso se hablaba en los 70, pero ahora hay mucho interés en eso.

Capital de reputación que aparece importante para capturar y retener mercados en los negocios de las empresas.

Perspectivas eco-sociales, es decir el problema de la sostenibilidad del ambiente como prerrequisito para el crecimiento de la empresa y la sostenibilidad del mercado en el largo plazo. Realmente hay un creciente reconocimiento de los derechos de los state holders que en el pasado no se daba. Las proporciones son privadas, pero dependen de los



consumidores que comprenden los productos, de los trabajadores que los producen y de los inversores que suministran el capital y también de la sociedad que implementa las reglas y estructuras que permiten operar a las empresas.

En el año 2001, salió el libro Verde de las Comunidades Europeas, cuyo objetivo era fijar un marco europeo para la responsabilidad social empresarial y en el cual definen los conceptos por los cuales las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. En este caso la responsabilidad social empresarial formaría parte de la identidad corporativa de las empresas y sería una respuesta a las inquietudes de los ciudadanos o los consumidores, los poderes públicos o los inversores. Las empresas europeas reconocen como parte de su identidad corporativa a la responsabilidad social empresarial.

Cuando se realiza un estudio comparativo de la forma en que asumen la responsabilidad empresarial en Estados Unidos y en Europa, encontramos que en Estados Unidos mayoritariamente está definido en términos del modelo filantrópico, en cambio en Europa está más definido el hacer negocios de forma responsable, que no es lo mismo que hacer filantropía. En este caso la responsabilidad social empresarial es más sostenible porque forma parte del proceso de formación de riqueza.

Un problema muy importante que se presenta es ¿cómo hacer negocios en las corporaciones multinacionales en el mundo globalizado?, es decir cómo definir el comportamiento que deben seguir las multinacionales cuando los negocios son llevados a cabo en medios culturales y sociales distintos de los países de origen. Es un problema muy complicado, es un problema que tiene connotaciones filosóficas, se relaciona con lo que se conoce como el relativismo ético, pero de todas maneras hay que definir los problemas éticos que enfrentan las multinacionales. Por un lado, no cabe duda que tienen que aceptar que tiene que haber una igualdad de requerimientos y derechos, es decir que todos los seres humanos tienen derechos que deben ser los mismos para todos. Este es un punto muy importante que creo que no debería dar lugar a debate. El segundo punto es que en los distintos medios en los que les toca operar a estas empresas hay disimilitudes culturales que generan distintas concepciones morales, es decir no pueden dejarse de lado ni la sabiduría local ni el hecho de la formación de la identidad de las personas se genera en contextos sociales determinados. Entonces los problemas que se le plantean a estas empresas, es definir si

deberán adherir a las normas de su país de origen o a las de aquel en que desarrollan sus actividades.

En Estados Unidos todos los comportamientos de las empresas están fuertemente regulados, en los países en vías de desarrollo no, entonces se puede presentar el problema del doble Standard. Acá el señor hace un rato hizo una pregunta sobre el caso IBM, porque IBM pudo hacer lo que hizo en Argentina y en Perú y no repercutió en los Estados Unidos, acá si tuvo repercusión, porque los directivos involucrados desaparecieron de la empresa entonces es un problema de doble Standard.

Hay que respetar las tradiciones y diferencias locales, pero todos nos dicen que no hay que aceptar como un principio de comportamiento hacer lo que hacen los nativos, ese es un principio falto de ética, porque por ejemplo si en un país se aceptan las coimas y viene una empresa de un país donde eso está completamente prohibido, entonces va a otro país y se vuelve una empresa coimera, no parece aceptable.

Además y en eso también están de acuerdo todos los autores, debe existir un umbral moral mínimo definido por valores humanos básicos: no hacer daño intencional, fijarse que cuando hablamos de moral aparece continuamente referencias reiteradas al imperativo kantiano, otro valor es tratar siempre a las personas como fines y no como medios, respetar los derechos humanos de trabajadores, consumidores, clientes y el resto de la población, realizar actividades que reflejen beneficios para el país anfitrión, promover el desarrollo de instituciones básicas justas y respetar la cultura y valores locales, siempre que no implique violación de derechos humanos e imposición de leyes inmorales.

Como en muchos de estos países no hay instituciones básicas locales, entonces la adopción de normas locales se vuelve importante, por supuesto no implica abdicar a la responsabilidad que tienen que tener los gobiernos, pero las empresas multinacionales no tienen que aprovecharse de esa falta de instituciones, o no deberían hacerlo. Otro de los autores, habla de hipernorma, es respetar la dignidad humana, otorgar a cada persona igual dignidad, respetar a los derechos básicos: libertad personal, seguridad física, bienestar, participación política, consentimiento informado o propiedad, tener buena ciudadanía. Sin embargo en los negocios globales, hay problemas que escapan a todo esto, porque en alguna circunstancia aparece lo que algunos autores definen como un espacio moral libre donde coexisten simultáneamente concepciones éticas contrapuestas, es decir en países con medios éticos diversos pueden prevalecer ciertos puntos de vista que se contraponen a los del país nacional. Por supuesto tenemos que aceptar que hay cosas que están mal siempre, no importa cual sea la concepción moral prevaleciente en el país: los asesinatos, secuestros, violencia, es inaceptable con independencia de cuales sean las normas.

Pero en algunos casos decimos, qué está bien o qué está mal, por ejemplo una multinacional tiene que reconocer que puede haber concepciones diversas de acuerdo con la cultura vigente, un ejemplo, para hacer negocios con Japón, ya todos los directivos y las empresas norteamericanas lo aceptan, hay que hacer regalos, y el regalo no tiene que ser reconocido como una coima, porque no es una coima es parte de la forma de hacer negocios con las empresas japonesas.

Y por otro lado, hay que conocer las diferencias porque

sino pueden pasar cosas horribles, como por ejemplo en los libros aparece una referencia de una empresa que estaba actuando en China, y encontró que uno de sus empleados chinos robaba, entonces que hizo? Lo denunció a las autoridades locales y las autoridades lo ejecutaron a este empleado, obviamente ese no era el objetivo de la empresa, entonces debería haber sabido que eso podía pasar para ajustar su comportamiento. Este tipo de cosas son las que la empresa multinacional debe conocer para que sus directivos puedan incorporar dentro del espacio moral libre su propio camino.

Principios y acciones

Bueno ahora viene la parte escéptica, la pregunta es ¿existe otra cara para la responsabilidad social empresaria? Les voy a hacer algunas preguntas que pueden resultar molestas. ¿Algunas de las iniciativas filantrópicas no cubren en realidad intentos de defender operativa crítica? Y ¿no se ha convertido la responsabilidad social empresaria, en una rama de las relaciones públicas de las empresas? ¿No queda bien hoy día hablar de la responsabilidad social empresaria, y si una empresa no habla de eso parecería que de algún modo se excluye?.

Y aparte, se ha convertido en una industria creciente, no tanto en la Argentina, pero en otros países las empresas tienen un departamento de responsabilidad social empresaria, y se han generado entidades de auditores que hacen auditoría social, para corroborar si se cumplen con los objetivos de la responsabilidad social empresaria. En el Reino Unido hay una Secretaría de Estado de responsabilidad social empresaria.

En función de esto, les quiero mencionar algunas referencias de otros estudios. Una Ong de Reino Unido realizó un informe que presentó en el Global Economic Forum que se realizó en enero de este año en Davos y estudia los casos de Shell, British American Tobacco y Coca Cola, que son empresas que hacen un amplio uso en la retórica de la responsabilidad social empresaria y al parecer de acuerdo con la evidencia que ellos aportan han tenido actividades muy negativas en comunidades de países en desarrollo en los que han operado, por ejemplo en el caso de Shell en Nigeria, donde ha tardado mucho en limpiar los derrames que se producen por sus actividades de extracción de petróleo. En el caso de British American Tobacco, en Kenia y en Brasil, no se han preocupado en cuidar la salud de los cultivadores de tabaco y no les han proporcionado la vestimenta protectora adecuada, y el caso de Coca Cola en la India, lo que ha sucedido es que en localizaciones donde producen la Coca Cola han agotado pozos de agua, en lugares donde el agua es un recurso escaso.

En cuanto a eso hay un artículo de la revista Marketing del Reino Unido del mes de enero, que dice que Esso acaba de lanzar una campaña a favor de la responsabilidad social empresaria, sobre todo relacionado al ahorro de energía y desarrollo de nuevas fuentes de energía, y eso es entidad claramente cuestionada por organizaciones ambientalistas fundamentalmente Greenpeace, que había organizado una campaña que se denomina Stop Esso, porque la acusaba de haber presionado para que Estados Unidos no ratificara el Protocolo de Kyoto contra el calentamiento global, ustedes saben que Estados Unidos no entro, y ahora que

entró Rusia, entonces se va a implementar el Protocolo, pero lo importante es que firme Estados Unidos porque el 36% de las emisiones provienen de ese país.

Por un lado, Esso hace eso, y por otro se lanza a una campaña porque por otro lado parece que tanto British Petroleum como Shell ya habían iniciado una campaña similar, entonces Esso no se iba a quedar atrás.

Bueno creo que algunos de los que van a seguir van a hablar más detalladamente de los estudios realizados en Argentina, algunos de los que yo he visto son los realizados por Marcelo Paladino en el IAE, realizado por IDEA, los realizados por Adolfo Sturzenegger en el Foro Social, en general parece indicar que el comportamiento en materia de responsabilidad social se acerca más al modelo filantrópico que al modelo de hacer negocios en forma socialmente responsable, es decir no cabe duda, que después de un período de gran crisis en la Argentina, las empresas deseen con esas actividades filantrópicas mejorar su imagen pública pero también compensar el impacto negativo de la situación económica sobre distintos sectores de la sociedad, pero es cierto que de acuerdo con la respuesta que dieron muchas empresas, después que pase esta situación van a dejar de hacer tal o cual cosa que ahora están haciendo.

Nueva cultura empresarial

Algunas conclusiones respecto de esto, yo creo que hoy los economistas estamos muy acostumbrados a trabajar con el paradigma de maximización de beneficios, y yo creo que hay que modificarlo, porque ese modelo ya no representa la forma de realizar negocios y si, la responsabilidad social empresaria comienza a formar parte de sus motivaciones. Por supuesto, hay que generar beneficio, porque si una empresa no genera beneficios deja de ser viable, pero ese objetivo debe compatibilizarse con otras demandas dirigidas a la empresa, que se están aceptando, pero al mismo tiempo parecen no estar encajando dentro de la forma de operar. Y tendría que haber una gran discusión entre fines y medios, en el pasado los economistas discutíamos los medios, y los fines, decíamos, vienen dados. Pero hoy los fines son múltiples, y deben definirse en términos de los intereses de los state holders. Y cuando se analizan los medios, hay que tener cuidado que determinados medios para alcanzar ciertos fines no entren en colisión con algunos de esos intereses múltiples. ■

Luisa Montuschi es doctora en Ciencias Económicas en la UBA, y miembro de la Academia Nacional de Ciencias Económicas. Actualmente ocupa el cargo de secretaria y también fue directora del Instituto de Economía aplicada en la misma institución, es investigadora principal del CONICET y profesora titular en la Universidad del CEMA donde dirige el Dpto. de Dirección de Empresas, la Maestría en Dirección de Empresas y el doctorado. Ha sido presidente de la Asociación de Economía Política, miembro del Latin American Standing Committee del Econometric Society, miembro del Council de la Internacional Economic Association. Es autora de tres libros y más de cien trabajos que versan sobre temas de desarrollo económico, economía laboral, economía Argentina, sociedad de la información y ética en los negocios.